

2026年8月7日金曜日

PHARMACY NEWSBREAK 3138号



薬局・薬剤師のためのニュースメディア

© 2026じほう

HARMACY NEWSBREAK

株式会社 じほう

弊社の許諾なしに、転送・転載、複写その他の複製、翻訳、およびデータの使用は固くお断りいたします

いまいメディカル、モール内出店を継続 門前減算あっても「患者・医師のニーズ高く」

宮城県を中心に「オレンジ薬局」を展開する薬局チェーンのいまいメディカルサポート（仙台市太白区）は今後も、医療モール内を中心に薬局の出店を進める。2026年度調剤報酬改定で門前薬局等立地依存減算（門前減算）が新設されたものの、モールは患者や開業希望の医師ら、さまざまな人々からのニーズが高いと判断。これまで通り、政令指定都市の仙台市も含め、モール内を主とした出店を継続する方針だ。

【関連記事2面】

同社はグループ全体で薬局24店舗を運営。地盤とする宮城県で22店舗を展開するほか、岩手県と福島県にも店舗を持つ。モール内薬局は12店舗で、全体の半数を占めている。

同社は今後も宮城県を中心に出店を進める。モール内を軸に、仙台市内外を問わず、患者のニーズがあるエリアに出店していく。モール内薬局は、経営資源の面で最も効率が良いとみている。出店するモールの診療科目数は最低でも3科を想定。1科の処方箋枚数が少なくても、残りの2科の枚数が多ければ、採算を確保できる公算だ。

モール開発に当たり、「ヴィレッジ型」では、最低でも700坪の敷地が必要とみる。一方、最近は広い土地の確保が難しくなっているため、比較的狭い面積でも開発できる「ビル型」が増えており、同社のモール内薬局12店舗のうち10店舗がビル型モール内にある。

門前減算は処方箋集中率85%超の新規店が対象。同社はモール内薬局について「集中率85%を切るのはなかなか至難の業。門前以外の処方箋をしっかりと集めていかないといけない」と話す。同社のモール内薬局のうち、集中率85%以下の店舗は現在4店舗。地下鉄駅の近くや駐車場のある店舗では、面の処方箋を持参する患者が意外と多いという。

同社は26年度改定について、政令指定都市と医療モールで「ダブルパンチ。非常に厳しい改定になった」と総括。「都市部で便利な医療モールに来られている多くの人にお役立ていただいている薬局にとっては非常に残念な結果になった」と受け止める。

その上で、技術料について「立地での評価は薬局がなくなると困るエリアのみを

対象に、救済するのであれば理解はできるが、基本的に個々の薬局の機能で評価されるべき」と主張。「正しい服薬支援を行っている薬局が技術料的にも正当な評価をされる世の中になるべきであろう」と訴える。

●政令指定都市のM&A「チャンスがあれば」

マンツーマン薬局の出店について同社は、主とする医療機関が月2000枚以上の処方箋を発行する場合、採算性の低いモール内薬局よりも収益を確保できる可能性もあると指摘。一方、そのような医療機関は「なかなか少ない」という。

病院の移転に伴う門前薬局の新設については「チャンスがあればやりたい」と話す。政令指定都市にある薬局のM&A（合併・買収）についても、「人件費もだいぶ上がってきているので、（買収の）目線をより厳しくしていきながら、チャンスがあれば、やっていきたい」と話す。（星 光洋）

顧客満足度調査を毎年実施、社内表彰も

いまいメディカル 店舗改善と士気向上に活用

「オレンジ薬局」を展開するいまいメディカルサポート（仙台市太白区）は、顧客満足度調査（CS調査）を毎年実施する取り組みを始めた。昨年6月の第1回に続き、今年も6月に同調査を実施した。患者の声を反映した、継続的な改善を図ることで、患者に選ばれる薬局づくりを進める。調査結果の評価が高かった店舗や従業員は社内では表彰しており、士気の向上にもつなげている。

同調査を行う理由について、同社は「（患者の）声を頂き、改善して、薬局として選ばれるようにしていかなければいけない」と説明。「そうしないと、処方箋がドラッグストアの方にどんどん流れてしまう」と警戒する。

調査は専門のマーケティング会社に依頼している。QRコードを記載した名刺サイズのカードを用意し、服薬指導後に患者に配布。患者には、都合のよい時間にQRコードをスマートフォンで読み取って、アンケートに回答してもらう。配布期間と回答期間は6月の1カ月間。

設問は全店で統一しており、計14問。「薬局の利用理由」や「良いと思う点」のほか、「改善してほしい点」や「対応が良かったスタッフ」なども聞いた。「接客」や「待ち時間」などの項目ごとの満足度に加えて、「薬局の総合満足度」なども尋ねている。昨年は約1300人、今年は約1600人から回答を得た。

回答内容は、マーケティング会社が集計する。調査結果のうち、項目別評価はレーダーチャート、総合満足度や来店者属性は棒グラフで示す。いずれも各店舗の結果と全店の全店舗平均を比較できるようになっており、強みや弱みが分かる仕組みだ。

簡単な結果は、回答期間中でも画面上で見ることが可能。同社では「管理者の画面で、今どうなっているか、全部見ることができるのは非常に簡便で良い」と話す。

●高評価の店舗や人材を表彰

調査結果を基に、昨年は9月に、評価が高かった店舗や薬剤師、医療事務職ごとに、それぞれ1～3位を表彰。金一封も贈呈した。同社では「皆さんの前に出て、ほめられるのはみんな、かなりうれしかったようだ」と手応えを示す。今年の表彰は基準を一部変更した上で、11月に行う予定だ。

同社は同調査について「やって良かった。いろいろなものが見えてきた」と振り返る。「(調査結果の中には)『子どもが遊べる物がほしい』『子どもが読める本を置いてほしい』などの声もあったため、これらは真摯に受け止めないといけない」と語り、今後の改善につなげたい考えだ。

(星 光洋)